

BRÓCOLI

Más personas están colocando este vegetal en sus carritos de compra y en sus platos. El brócoli fue el tercer artículo que los encuestados dijeron haberlo comprado este año a pesar de no haberlo hecho anteriormente.

El 53 por ciento de las familias con hijos respondieron haber adquirido brócoli, mientras que en aquellas que no tienen hijos la respuesta fue de 50 por ciento.

La probabilidad de una compra de brócoli aumentó según la edad. De este modo, los compradores mayores de 59 años se encuentran entre la población más propensa a adquirirla. Los consumidores ubicados en el grupo étnico "otros", junto con el segmento de consumidores que ganan menos de 25 mil dólares estadounidenses al año, son los que tienen menor probabilidades de comprarla.

Más de un tercio (34 por ciento) de los compradores dijeron haber adquirido brócoli orgánico al menos en algunas ocasiones durante el año, esta cifra aumentó cuatro puntos porcentuales en comparación con el año pasado.

El 12 por ciento de los encuestados dijo que sólo seleccionaron productos orgánicos; en contraste con el 10 por ciento registrado en Fresh Trends 2017.



PROBABILIDAD DE COMPRA BASADA EN LA EDAD *

18-39	46%
40-49	54%
50-58	54%
59+	63%



* Teniendo en cuenta a los compradores primarios del hogar

PROBABILIDAD DE COMPRA BASADA EN EL INGRESO ANUAL DE LOS HOGARES (MILES DE DÓLARES)

55%	\$100 +
57%	\$50-99.9
52%	\$25-49.9
40%	Menos de \$25



PROBABILIDAD DE COMPRA POR REGIÓN

